



Институт статистических
исследований
и экономики знаний

Центр
конъюнктурных
исследований



ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ НАСТРОЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В III КВАРТАЛЕ 2024 ГОДА



Октябрь '24

Москва

Авторы:

Остапкович Г.В.

Лола И.С.

Усов Н.А.

Потребительские настроения населения в III квартале 2024 г. – М.: НИУ ВШЭ, 2024 – 9 с.

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал «Потребительские настроения населения в III квартале 2024 г.», подготовленный в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.

В основу обзора положены ежеквартальные опросы более 5 тыс. человек в возрасте от 16 лет и старше. Такие опросы Федеральная служба государственной статистики (Росстат) проводит во всех субъектах РФ. Это распространённый и действенный в международной практике статистических служб и исследовательских организаций источник информации о потребительских настроениях населения.

Информационная база мониторинга содержит категориальную статистику **«балансов мнений»**, базирующуюся на ответах респондентов обследований Росстата. Такая «мягкая» качественная статистика отражает особенности когнитивного восприятия экономическими агентами экономических тенденций в режиме «почти реального времени».

Первичные данные Росстата (ответы респондентов на вопросы анкет) структурированы в соответствии с прямыми индикаторами каждого выборочного обследования. В результате их **квантификации** формируется информационный массив, представленный преимущественно в порядковой и номинальной шкалах измерения. Вычислительные процедуры для обработки и агрегации полученных категориальных данных позволяют получать динамику **композитных (сводных) индикаторов**.

Основные требования ко всем композитным индикаторам конъюнктурных обследований в сфере услуг – это измерение многомерных понятий; наличие опережающих свойств по выпуску результатов обследований; прозрачность метода агрегации, простота интерпретации и доступность для эффективного восприятия.

Материал подготовлен в ходе проведения исследования в рамках Программы фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ)

Институт статистических исследований и экономики знаний

Адрес: 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20

E-mail: issek@hse.ru

<http://issek.hse.ru>

© Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2024

При перепечатке ссылка обязательна

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал о потребительских настроениях населения России в III кв. 2024 г. Обзор основан на результатах ежеквартального опроса потребителей (домашних хозяйств). Опрос проводился Федеральной службой государственной статистики во всех субъектах РФ, в нем приняли участие 5.1 тыс. человек в возрасте от 16 лет и старше.

Индекс потребительской уверенности Росстата является важнейшим компонентом сводного индекса экономического настроения (ИЭН ВШЭ), который ежеквартально рассчитывается Центром конъюнктурных исследований и интегрально характеризует состояние делового климата в экономике страны.

Основные итоги III квартала 2024 года

Исходя из итоговых результатов опроса, базирующегося на выявлении и дальнейшем обобщении мнений взрослого населения страны относительно их потребительской активности, улучшение экономических настроений населения России приостановилось: главный результирующий композитный индикатор исследования – **индекс потребительской уверенности (ИПУ)**¹ в III кв. 2024 г. снизился по сравнению с II кв. на 1 п.п. и составил (-7%). Однако несмотря на разворот, тренд по-прежнему располагается в максимально благоприятном диапазоне не только последних двух лет, когда ИПУ вырос на 24 п.п. с I кв. 2022 г., но и более отдаленного ретроспективного периода. Таким образом, потребительская уверенность населения, даже несмотря на фоновое охлаждение, почти в два раза превышает свой средний долговременный уровень (ИПУ составляет -7% против -13,4%).

Рис. 1. Динамика Индекса потребительской уверенности
Балансы², %



Источник: Росстат, расчеты ЦКИ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

¹ Индекс потребительской уверенности рассчитывается как среднее арифметическое значение пяти частных индексов: произошедших и ожидаемых изменений личного материального положения, произошедших и ожидаемых изменений экономической ситуации в России, благоприятности условий для крупных покупок.

² Балансы оценок показателей (в процентах) определяются разностью долей респондентов, отметивших «увеличение» и «уменьшение» показателя по сравнению с предыдущим периодом, а также оценивших уровень показателя как «выше нормального» и «ниже нормального» в обследуемом периоде.

✓ Индекс потребительской уверенности (ИПУ) в III квартале т.г. снизил своё значение по сравнению с II кв. на 1 п.п., составив (-7%). Однако, несмотря на снижение общего ИПУ это лучший результат данного показателя для всех третьих кварталов за последние 10 лет;

✓ Индекс текущего личного материального положения вырос по сравнению с предыдущим кварталом на 0,6 п.п., составив (-0,4%). Это лучшее значение за весь период наблюдений;

✓ Индекс произошедших изменений личного материального положения за последний год снизился на 1 п.п., составив (-4%);

✓ Индекс ожидаемых изменений личного материального положения через год ухудшился на 1,6 п.п., составив (-2%);

✓ Индекс произошедших изменений в экономике России за прошедший год снизился на 1 п.п. и составил (-9%);

✓ Индекс ожидаемых изменений экономической ситуации на краткосрочную перспективу, в отчётном квартале снизился по сравнению с II кв. на 0,9 п.п., составив (-0,5%);

✓ Индекс благоприятности условий для крупных покупок вырос на 1 п.п. и составил (-18%);

✓ Индекс благоприятности условий для сбережений вырос на 2 п.п. до отметки (-20%). Это лучшее значение данного индикатора за всё время наблюдений.

Таким образом, делать фундаментальные выводы о появлении возможной точки перелома повышательной тенденции в динамике ИПУ, продолжавшейся шесть кварталов подряд, пока рано. Для более объективного анализа ситуации необходимо дождаться результатов одного-двух последующих опросов. Вполне возможно, что в отчётном периоде наблюдался не разворот позитивного тренда, а просто субъективная для части респондентов понижительная моментная коррекция потребительских настроений, характерная для большинства третьих кварталов любого года, связанная с окончанием отпускного сезона и ожиданиями осенне-зимнего периода.

Подобные временные перестроения уже неоднократно встречались ранее за время проведения опросов, начиная с 1998 г. Вдобавок можно привести ещё ряд аргументов в пользу соблюдения крайней осторожности с выводами о наблюдаемой коррекции в позитивной тенденции потребительского поведения населения. Во-первых, выявленное Росстатом значение ИПУ в отчётном периоде (-7%) является лучшим для всех третьих кварталов за последние 10 лет. Например, во время автономного российского экономического кризиса в 2015 г., в III кв. ИПУ опускался до отметки (-24%), а в соответствующем квартале 2022 г. (всего два года назад) он составлял – (-22%).

Во-вторых, качественные измерения мнений людей (респондентов), в отличие от бухгалтерской и статистической отчётности имеют заметную психологическую и субъективную составляющую, зачастую зависящую от настроения респондента в период интервьюирования. Поэтому отклонения качественных индикаторов в пределах 0 - 1 п.п. можно интерпретировать как статистическую погрешность.

В-третьих, практически все оценки ключевых индикаторов, представленных в опросе, базируются на мнениях респондентов о текущем и ожидаемом своём материальном состоянии и на текущих и ожидаемых изменениях в экономике страны. В настоящее время статистика Росстата, свидетельствует о позитивной динамике по этим двум направлениям. Так, по последним данным статистического ведомства, темп роста среднемесячной начисленной

заработной платы работников организаций в экономике страны в I полугодии т.г. по сравнению с соответствующим периодом прошлого года составил 118,1%. Одновременно растут, только несколько меньшими темпами, реальные доходы и реальная оплата труда, а также постоянно увеличиваются и индексируются социальные выплаты и МРОТ. При такой галопирующей динамике улучшения материального состояния гражданского общества, представляется маловероятным ухудшение потребительского поведения населения. В свою очередь, итоговый годовой потенциал роста экономики страны ожидается в интервале (3,6-3,9%), что также не даёт основания для пессимистичных оценок уровня потребления.

В-четвёртых, исходя из мнений респондентов в III квартале т.г., выявлено крайне важное позитивное событие, выраженное реакцией респондентов на вопрос об их оценке своего текущего материального положения. Данную оценку, как «очень хорошее» и «хорошее» в отчётном квартале суммарно дали 14,3% участников опроса (0,7 и 13,6% респондентов, соответственно). Это лучшее значение за всё время проведения потребительских опросов, начиная с IV квартала 1998 г. Ещё два года назад среднеквартальное значение, указанного показателя составляло менее 9%, а, например, в эпицентре коронавирусной атаки во II квартале 2020 г. – (6,1%). При этом более 70% респондентов оценили своё текущее материальное положение, как «нормальное» и 14,7%, как «плохое» и «очень плохое» (13,6 и 1,1%, соответственно).

Указанное соотношение ответов, несмотря на свою негативную составляющую, также является лучшим за всё время наблюдений. Как показывает ретроспективный анализ результатов предыдущих опросов, если индикатор текущего «хорошего» материального положения у респондентов достигает верхней точки для любого квартала, то в следующем квартале практически всегда растёт общий индекс потребительской уверенности (ИПУ).

Исходя из изложенных факторов, с полным основанием можно утверждать, что, по крайней мере в настоящее время, нет фундаментальных экономических причин для разворота позитивного тренда в потребительском поведении населения России. При этом, чисто методологически текущее значение ИПУ – (-7%) можно считать удовлетворительным результатом. Следует напомнить, что за всё время наблюдений общий ИПУ лишь трижды уходил в положительную зону, при максимальном своём значении (+1%) в III квартале 2008 г.

В качестве дополнительной косвенной аргументации вывода об относительно благополучной ситуации с потребительским поведением населения России, можно привести результаты сравнительного анализа ИПУ России и ИПУ стран, входящих в ЕС, где опросы проводятся по единой с российской методологии (27 стран ЕС). Так, положительное значение ИПУ в странах ЕС в августе т.г. (в ЕС потребительские опросы проводятся ежемесячно) зафиксированы только в двух государствах – Литве (+5,2%) и в Швеции – (+0,3%). Россия со своим ИПУ (-7%), уверенно входит в лидирующую пятёрку рейтинга, значительно опережая многие европейские страны. Например, Грецию, где ИПУ в сопоставимый период составил (- 48,1%) на 41 п.п. И это при том, что ещё 4-5 лет назад, в доковидный период, ИПУ России уверенно пребывал в последней пятёрке рейтинга, значительно отставая от большинства европейских стран.

Индекс потребительской уверенности и его компоненты

Среди пяти компонент, входящих в состав общего композитного ИПУ, позитивная динамика по сравнению с II кв. т.г. выявлена только по показателю «благоприятность условий для крупных покупок». Остальные четыре компоненты показали малозаметную понижательную динамику, что в итоге обусловило понижение ИПУ только на 1 п.п.

Рис. 2. Компоненты ИПУ— частные индексы изменения экономической ситуации в России, личного материального положения, а также благоприятности условий для крупных покупок
Балансы, %



Источник: Росстат.

На наш взгляд, необходимо отдельно прокомментировать динамику двух индикаторов, которые последние полтора года показывают самое интенсивное улучшение своих значений: **«благоприятность условий для крупных покупок»** (является компонентой общего ИПУ) и **«благоприятность условий для сбережений»** (не входит в структуру общего ИПУ).

Несмотря на то, что оба этих показателя по итогам опроса за III кв. т.г. находились в отрицательной зоне (-18 и -20% соответственно) их улучшение за последние полтора года идёт очень высокими темпами. Ещё в конце 2022 г. данные значения фиксировались на отметках (-32 и -35%). Подобная динамика перечисленных показателей оценочно свидетельствует о том, что сегодня население России функционирует одновременно в двух моделях потребительского поведения – в потребительской и сберегательной. Правда сберегательная модель – это в основном прерогатива высокодоходного и верхних децилей среднедоходного населения. Низкодоходное население в основном кредитует и делает крупные покупки в целях опережения возможного инфляционного роста. Из массы индикаторов, представленных в опросах, ни один из них не показывает таких темпов роста, как два указанных.

В принципе, данная ситуация вполне объяснима. Наблюдаемый в последнее время интенсивный рост доходов населения, включая заработную плату и социальные выплаты, стимулирует домашние хозяйства к приобретению крупных покупок. К сожалению, и «неугомонная» инфляция, как не парадоксально, также стимулирует население к использованию подобного механизма, играя на опережение в цене. С другой стороны, продолжающиеся уже больше года манёвры ЦБ РФ в направлении постоянного повышения ключевой ставки, сопровождаемое их текущей риторикой о дальнейшем повышении, мотивирует население к сбережениям из-за соответствующего роста ставок по депозитам во всех кредитных учреждениях. Ведь сегодняшняя ставка по депозитам на уровне 20%+ является одним из самых высоких и надёжных финансовых инструментов для получения дохода. Учитывая, что и в ближайшем будущем, исходя из риторики ЦБ РФ, ставка по депозитам

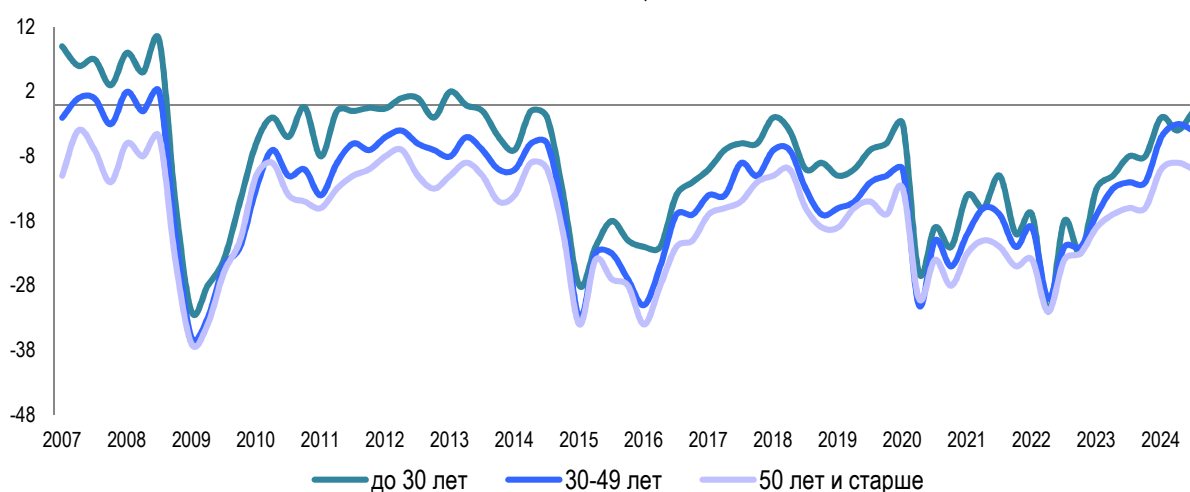
возможно будет расти, население и в дальнейшем будет действовать в этом направлении, размещая свои деньги на краткосрочный (квартал, полугодие) депозит с целью перезаключения депозитного договора под возросшую ставку.

Потребительская уверенность в различных возрастных категориях

В III кв. т.г. по сравнению с II кв. уменьшение частного ИПУ было характерно для двух возрастных групп из трёх анализируемых. Это средневозрастная группа (30-49 лет) и старшая группа (50 лет и старше), где выявлено снижение их ИПУ синхронно на 1 п.п. Именно спад в указанных двух возрастных группах привёл к уменьшению общего ИПУ. Несмотря на указанное снижение, итоговые результаты ИПУ в средней группе – (-4%) и старшей – (-10%) можно рассматривать, как вполне удовлетворительные. Ещё в III кв. прошлого года частные ИПУ в указанных группах фиксировались на отметках (-12 и -16% соответственно).

Одновременно в отчётном периоде Росстат выявил серьёзное позитивное улучшение потребительских настроений в младшей возрастной группе (16-29 лет), где их частный ИПУ вырос по сравнению с II кв. на 3 п.п., составив (-1%). Это лучшее поквартальное значение индикатора для молодёжной группы за последние 10 лет. Данное перестроение динамики ИПУ в младшей группе можно с уверенностью интерпретировать, как одно из самых позитивных изменений, произошедших в отчётном квартале. Подобное позитивное изменение в потребительских настроениях молодёжи в первую очередь объясняется их значительно более оптимистичными высказываниями относительно текущего и ожидаемого состояния экономики страны и своего материального положения, чем в более старших двух группах.

Рис. 3. Индекс потребительской уверенности по возрастным группам населения
Балансы, %



Источник: Росстат.

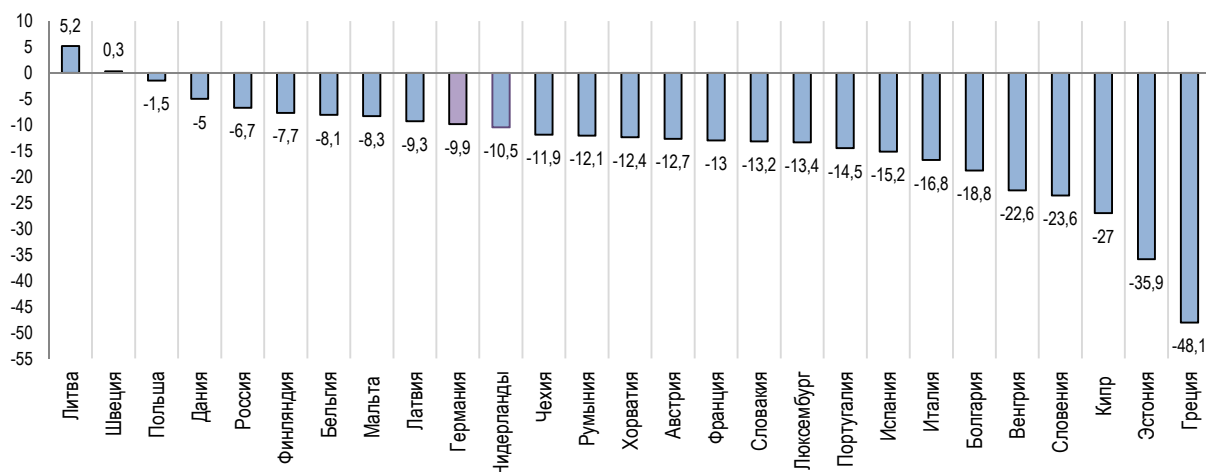
По-прежнему сохраняется традиционная тенденция более оптимистичного потребительского настроения у респондентов мужского пола по сравнению с женщинами. В отчётном квартале их частные ИПУ составили (-6 и -7% соответственно). Видимо оптимизм мужчин частично базируется на получении ими большего дохода в среднем по экономике, чем у женщин и большими возможностями выхода на ключевые кадровые позиции на предприятиях и в организациях с более высокой оплатой труда. Следует иметь в виду, что заметная разница в оплате труда мужчин и женщин связана не с гендерным неравенством в стране, а просто мужчины в большем количестве, чем женщины представлены в высокооплачиваемых отраслях (добывающая промышленность, металлургия и машиностроение, авиация и космонавтика, верхние позиции в финансовом секторе, транспорт,

особенно трубопроводный и грузовой и др.) В тоже время, женщин значительно больше в относительно низкооплачиваемых видах экономической деятельности (швейная и текстильная промышленность, общественное питание, сфера услуг, а также частично здравоохранение и среднее образование и др.).

Позиция России в потребительском рейтинге европейских стран

Рис. 4. Индексы потребительской уверенности в России и странах ЕС

Балансы, %



Источники: Росстат, Евростат.

В III кв. т.г. значение российского индекса потребительской уверенности (ИПУ) сохранило свои позиции по сравнению с предыдущим кварталом на пятом месте в рейтинге европейских стран, где потребительские опросы проводятся по единой с российской методологии. Причём лидеры и аутсайдеры рейтинга остались прежними. Это Литва и Греция, ИПУ которых в отчётном периоде составил (+5,2%) и (-48,1%) соответственно.

В годовом выражении (к III кв. 2023 г.) в большинстве стран ЕС отмечен рост их ИПУ, за исключением Греции, Эстонии, Кипра и Италии. Наибольший рост в годовом интервале показали Швеция (+17,9 п.п.). В результате этого рывка Швеция в отчётном квартале вошла в положительную зону по значению своего ИПУ (+0,3%). Рост значения российского ИПУ за год составил 7 п.п., что является весьма достойным результатом.

Методологические примечания

В ежеквартальных выборочных обследованиях потребительских ожиданий населения России, проводимых Росстатом с 1998 г., принимают участие более 5 тыс. человек в возрасте от 16 лет и старше, проживающих в частных домохозяйствах во всех субъектах Российской Федерации.

Анкета обследования включает вопросы о субъективном мнении респондента об общей экономической ситуации, личном материальном положении, сбережениях и других аспектах формирования потребительской уверенности.

Частные индексы рассчитываются на основе определения баланса оценок – разности между суммой долей (в процентах) определенно позитивных и 1/2 скорее позитивных ответов и суммой долей (в процентах) определенно негативных и 1/2 скорее негативных ответов.

Обобщающий индекс потребительской уверенности рассчитывается как среднее арифметическое значение пяти частных индексов: произошедших и ожидаемых изменений личного материального положения, произошедших и ожидаемых изменений экономической ситуации в России, благоприятности условий для крупных покупок.